

# 流通と S C ・私の視点

2009 年 4 月 7 日

視点(1073)

シニア市場への提言(その2)!!

— 団塊世代参入で S C 専門店も柱に—

(織研新聞 2008 年 2 月 22 日掲載の六車秀之原稿より)

## 2. 肉体・感性の若返りに財力加わる

では、ミドルアダルト及びシニア層のいわゆる熟年マーケットを対象とした専門店は、日本ではどのようになっているのでしょうか。

図：ヤングマインド対象専門店の進化

専門店の段階	時代	内容	事例	ナショナルチェーン店の展開レベル
第1段階	1960年代以前	問屋が主導権を持ったローカルチェーンやリージョナルチェーンの時代	ローカルチェーンやリージョナルチェーン	—
第2段階	1970～1990年頃まで	団塊世代を中心とするヤング及びヤングアダルトのチェーン店が出現し、ナショナルチェーン化した時代	鈴屋 鈴丹 三愛 キャビン	第1世代のナショナルチェーン
第3段階	1990～2005年頃まで	団塊ジュニア世代を中心とするヤング&ヤングアダルトの新タイプのナショナルチェーンが出現した時代	ハッシュアッシュ コムサイズム 組曲 a.v.v	第2世代のナショナルチェーン(百貨店ブランドのモール化)
第4段階	2006年以降	団塊ジュニア世代及び次世代の感性でヤング&ヤングアダルトの深化したナショナルチェーンが出現しつつある時代	グローバルワーク グリーンパークス グローブ シューララー	第3世代のナショナルチェーン(モール独自のブランドの創出)

図：熟年マーケットチェーン店の進化

専門店の段階	時代	内容	事例	ナショナルチェーン店の展開レベル
第1段階	1970年代以前	問屋が主導権を持ったローカルチェーンやリージョナルチェーンの時代	ローカルチェーンやリージョナルチェーン	—
第2段階	1980～2005年頃まで	団塊世代以前の世代を中心とする熟年マーケット対象のナショナルチェーンが出現した時代	コルディア、伊太利屋 スペッチオ、レリアン センソユニコ、ミカレディ ヒロコビス	第1世代のナショナルチェーン
第3段階	2011～2020年頃(アメリカでは1996～2015年)	団塊シニア世代及び前世代の混合型熟年マーケット対象のナショナルチェーンが出現した時代	〔チコズ、Jジル、タルボッツ コールドウォータークリーク トミーバハマ、 ジョス・A・バンク、ソーマ〕 アメリカ(※日本は2011年以降)	第2世代のナショナルチェーン(百貨店ブランドのモール専門店化やモール独自のブランド化の創出)
第4段階	近未来	団塊シニア世代の本格化とマーケットの深化に基づく新専門店チェーンの出現の時代	アメリカでは2016年以降 日本では2021年以降	第3世代のナショナルチェーン(モール独自のブランドの創出)

(流通と S C ・私の視点 1074 へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>3</sup>

代表 六車秀之